

PENGARUH MANAJEMEN RANTAI PASOKAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KINERJA PERUSAHAAN (Studi pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul)

Apriliana Ilmiyati & Munjiati Munawaroh

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta. Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta Telpn (0274)

387656; Email: apriliana.ilmiyati.2013@fe.umy.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find about the impact of supply chain management on competitive advantage and organizational performance, and analyze the impact of supply chain management on organizational performance through competitive advantage as intervening. This research was conducted on Small and Medium Enterprises (SMEs) in Bantul with a population of 85 SMEs. Methods of data collection using questionnaires distributed to the owner or manager of SMEs in Bantul which has been registered on the SMEs Database Directory in Daerah Istimewa Yogyakarta of 2014. The analysis tool used in this study was multiple regression and simple regression which used SPSS software version 15. The result show the supply chain management have significant effect on competitive advantage and organizational performance, and competitive advantage have a significant effect on organizational performance. Competitive advantage be able to mediate impact of supply chain management on organizational performance.

Keywords : supply chain management, competitive advantage and organizational performance

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi yang semakin pesat di Indonesia membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Kondisi persaingan saat ini menunjukkan perubahan yang sangat cepat terjadi, dimulai dari kemajuan teknologi, sistem

perdagangan globalisasi, dan stabilitas ekonomi politik dunia (Handfield, 2002). Persaingan yang terjadi saat ini tidak hanya di dalam negeri tetapi juga terjadi antar perusahaan dari berbagai negara. Persaingan ini terjadi akibat dari globalisasi dan ekonomi pasar bebas yang dilakukan oleh organisasi seperti AEC (*ASEAN Economic Community*), WTO (*World Trade Organization*), AFTA (*Asean Free Trade Area*), APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*) dan sebagainya.

Persaingan bisnis antar perusahaan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk menghasilkan kinerja terbaik. Perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat menghasilkan nilai ekonomis bagi perusahaan yang lebih baik daripada pesaing (Barney dan Hesterley, 2008). Perusahaan perlu menerapkan manajemen rantai pasokan secara optimal. Penerapan manajemen rantai pasokan mampu mengurangi efek persaingan di pasar karena manajemen rantai pasokan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif perusahaan.

Perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif dengan melakukan manajemen rantai pasokan secara optimal dan baik. Perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih baik dari pesaing karena manajemen rantai pasokan mampu meminimalisir keseluruhan biaya untuk memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen. Manajemen rantai pasokan adalah seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam memenuhi pesanan dan permintaan konsumen (Chopra dan Meindly, 2011). Seluruh pihak yang terlibat tersebut tidak hanya terdiri dari produsen atau pemasok saja, tetapi juga melibatkan distributor, tempat penyimpanan, penjual maupun konsumen.

Penerapan manajemen rantai pasokan sangat diperlukan bagi perusahaan untuk meningkatkan daya saing industri yang berdampak pada kinerja perusahaan. Perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa manajemen rantai pasokan mendukung strategi yang dilakukan perusahaan (Heyzer dan Render, 2005). Strategi perusahaan digunakan dalam pengembangan operasional perusahaan agar dapat bersaing dan menguasai posisi yang ada di pasar. Strategi keunggulan kompetitif pada perusahaan diharapkan dapat mempertahankan posisi bersaingnya dalam menghadapi kompetitor dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan target.

Perusahaan industri di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) pada era globalisasi ini mampu memberikan kontribusi bisnis yang positif dalam perdagangan di Indonesia melalui produk yang unik dan inovatif. Kepala BPS Yogyakarta Bambang Kristanto menegaskan bahwa pertumbuhan perekonomian di DIY selama tahun 2015 mencapai 4,9 %. Perkembangan ekonomi di DIY meningkat karena kontribusi usaha kecil dan menengah yang tumbuh pesat. Pertumbuhan ekonomi di DIY disumbangkan oleh keberadaan UKM di Kabupaten Bantul pertumbuhannya mencapai 5,6% dalam setahun. Pertumbuhan UKM ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat sehingga UKM harus melakukan pengembangan untuk menghadapi globalisasi dan lingkungan usaha yang semakin kompetitif. UKM di Kabupaten Bantul harus mampu berpartisipasi dalam perekonomian masyarakat ekonomi ASEAN pada 2016 saat ini. UKM di Kabupaten Bantul saat ini dituntut untuk dapat bersaing secara kompetitif dalam menghadapi MEA 2016.

UKM perlu melakukan manajemen rantai pasokan yang optimal untuk meningkatkan kinerjanya. Pentingnya mengangkat tema ini adalah agar para pemilik maupun pengelola UKM di Kabupaten Bantul dapat tetap bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, diharapkan dengan meningkatnya manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif yang diterapkan dalam mengembangkan proses kinerja sehingga dapat meningkatkan kelangsungan hidup yang lebih baik pada UKM di Kabupaten Bantul.

Berdasarkan latar belakang dan mengingat pentingnya pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan UKM di Bantul, maka rumusan masalah penelitian ini antara lain:

1. Apakah ada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul?
2. Apakah ada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif pada UKM di Kabupaten Bantul?
3. Apakah ada pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul?

4. Apakah ada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan yang di mediasi oleh keunggulan kompetitif pada UKM di Kabupaten Bantul?

KAJIAN TEORI

1. Manajemen Rantai Pasokan

Manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas. Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir (Heizer dan Render, 2015). Pengelolaan manajemen rantai pasokan adalah seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi pemasok, produsen, gudang dan toko-toko, sehingga barang yang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah waktu yang tepat, waktu yang tepat dan lokasi yang tepat untuk meminimasi biaya dan memberikan kepuasan layanan terhadap konsumen (David Simchi Levi *et al*, 2000). Manajemen rantai pasokan merupakan manajemen hubungan dari hulu hingga hilir atau dari pemasok hingga konsumen untuk memberikan nilai yang lebih pada pelanggan dan mengurangi biaya rantai pasok secara keseluruhan. (Martin Christopher, 1998).

2. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien dengan produk atau jasa yang memiliki nilai lebih atau dengan biaya yang lebih rendah (Porter, 2015). Kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif. Strategi bersaing dimaksudkan untuk mempertahankan tingkat keuntungan dan posisi ketika menghadapi persaingan (Goyal, 2001).

3. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang

dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya (Srimindarti, 2004).

Kinerja adalah kemampuan kerja yang ditunjukkan dengan hasil kerja. Goyal (2001) mengemukakan pengertian kinerja sebagai berikut: *"Performance is: the process or manner of performing, a notable action or achievement, the performing of a play or other entertainment"*. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati. Kinerja perusahaan mengacu pada seberapa baik suatu perusahaan berorientasi pada pasar serta tujuan finansialnya.

Pengembangan Hipotesis

Penelitian terdahulu mengidentifikasi bahwa berbagai dimensi dalam manajemen rantai pasokan seperti kemitraan stratejik pemasok, kualitas informasi, dan hubungan terhadap konsumen memiliki pengaruh terhadap beberapa aspek kinerja perusahaan. Manajemen rantai pasokan yang efektif dan optimal dapat meningkatkan produktivitas, pangsa pasar dan pertumbuhan pelanggan (Lisda Rahmasari, 2011). Penelitian Li *et al* (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif berpotensi meningkatkan kinerja perusahaan dengan menggunakan lima dimensi rantai pasokan yaitu *supplier relationship, customer relationship, level of information sharing, level of information dan postponement*.

Penerapan manajemen rantai pasokan yang baik akan mampu meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian pada perusahaan di Surabaya menunjukkan banyak perusahaan kurang memperhatikan aspek manajemen rantai pasokan dalam hal kemitraan stratejik untuk perbaikan terus menerus yang melibatkan pemasok. Perusahaan seharusnya melakukan perbaikan terus-menerus secara berkala dengan

pemasok agar kualitas dan mutu yang dihasilkan oleh pemasok. Kualitas dan mutu yang dihasilkan pemasok mempengaruhi perusahaan dalam kinerjanya baik dalam produksi dan penjualannya (Regina dan Devie, 2013). Dari uraian diatas maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Lisda Rahmasari (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan manajemen rantai pasokan yang efektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Manajemen rantai pasokan yang efektif dipengaruhi oleh pengembangan produk, strategi hubungan pemasok, perencanaan dan pengendalian, produksi dan distribusi, kualitas informasi, dan pembelian.

Penelitian Li *et al* (2006) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan yang efektif berpotensi meningkatkan keunggulan kompetitif. Terbukti dengan manajemen rantai pasokan yang terintegrasi mulai dari hubungan terhadap pemasok dan pelanggan, penundaan dan kualitas mampu mempertahankan dan memperkuat daya saingnya dalam memenangkan persaingan di pasar.

Penelitian Regina dan Devie (2013) menyatakan bahwa penerapan manajemen rantai pasokan yang baik pada perusahaan manufaktur di Surabaya akan mampu meningkatkan keunggulan bersaing. Manajemen rantai pasokan dengan menjalin hubungan dengan pemasok dan konsumen akan mampu meningkatkan keunggulan kompetitif. Dari uraian tersebut peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H2 : Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif

Penelitian Lisda Rahmasari (2011) menyimpulkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Harga yang lebih rendah, kualitas yang tinggi, kecepatan pengiriman dan inovasi produk secara terus menerus terbukti meningkatkan penjualan produk dan menguasai pangsa pasar. Penjualan produk dan penguasaan pangsa pasar merupakan tolak

ukur dalam perusahaan mencapai kinerja perusahaannya yang berorientasi pada pasar dan tujuan finansialnya.

Keunggulan kompetitif berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi pelanggan atau pembeli menggunakan dimensi *competitive advantage* yang terdiri dari *price, quality, delivery dependability, time to market*, dan inovasi produk (Li *et al*, 2006). Dari uraian diatas maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H3 : Keunggulan Kompetitif memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan

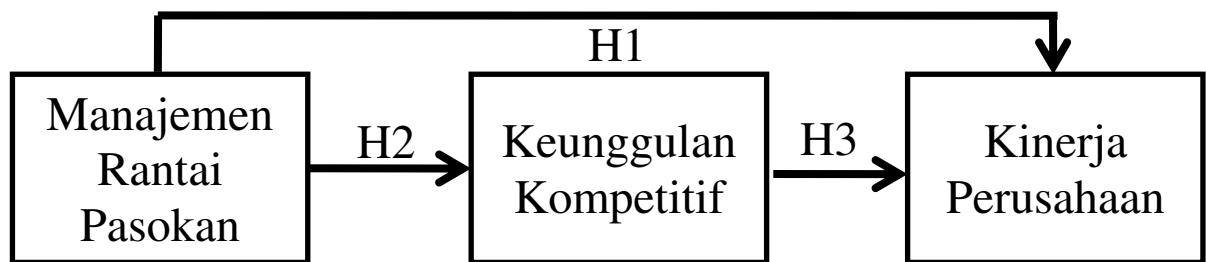
Penelitian Yongky Kristianto (2015) menyimpulkan pengaruh manajemen rantai pasokan melalui *indirect* dan *direct methods* memberikan hasil bahwa pengaruh manajemen rantai pasokan yang lebih besar apabila melalui keunggulan kompetitif atau secara *indirect*. Hasil tersebut mendukung bahwa hipotesis keunggulan kompetitif terbukti mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian Li *et al* (2006) memberikan bukti empiris bahwa manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan yang lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh terhadap kinerja perusahaan secara *indirect* dengan dimediasi oleh keunggulan kompetitif dalam biaya, kualitas, fleksibilitas, dan kemampuan respon. Dari uraian diatas maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H4 : Keunggulan Kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan.

Model Penelitian

Model penelitian dalam penelitian Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja perusahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul dapat dilihat dalam Gambar1:



Gambar 1 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti juga menganalisis efek mediasi keunggulan kompetitif pada pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan, dimana keunggulan kompetitif sebagai variabel *intervening* atau mediator.

Metode Penelitian

1. Obyek dan Subyek Penelitian

Obyek penelitian ini yaitu seluruh Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014. Subyek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul sebanyak 85 perusahaan yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 (BPS Yogyakarta, 2014).

3. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Sekaran, 2006). Data primer tersebut berupa jawaban-jawaban atas pernyataan mengenai praktik manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2007). Kuesioner diberikan kepada pemilik atau manajer Usaha Kecil dan Menengah di Kabupaten Bantul sebanyak 85 responden yang terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 (BPS Yogyakarta, 2014). Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang disebarkan kepada responden penelitian berkaitan pada manajemen rantai pasokan, keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

5. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini menganalisis pengaruh antara variable manajemen rantai pasokan , keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan. Berikut ini adalah definisi operasional masing-masing variable tersebut:

a. Manajemen rantai pasokan

Manajemen rantai pasokan merupakan seperangkat pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat dengan tujuan mencapai biaya minimum dan memberikan kepuasan bagi pelanggan (David Simchi Levi, *et al*, 2003).

Indikator manajemen rantai pasokan dalam penelitian diukur dengan skala likert 5 point. Indikator tersebut meliputi (Li *et al*, 2006):

- 1) Hubungan Kemitraan stratejik adalah hubungan jangka panjang perusahaan pada mitranya atau pemasok. Hubungan ini dilakukan dengan meningkatkan kualitas, pengembangan broduk, perbaikan secara terus-menerus dan menyelesaikan masalah dengan melibatkan pemasok
- 2) Hubungan pelanggan adalah hubungan yang baik terhadap pelanggan yang direalisasikan dengan melayani complain pelanggan dengan baik, pengiriman barang yang tepat dan cepat, mengetahui keinginan pasar dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

- 3) *Level of Information sharing* adalah berbagi informasi penting pada mitra perusahaan atau pemasok dapat berupa taktik strategi, kondisi pasar secara umum, dan informasi mengenai pelanggan.
- 4) *Level of Information Quality* penting untuk mencapai keefektifan rantai pasokan, tetapi dampak *information sharing* akan dirasakan signifikan tergantung pada informasi yang dibagikan, kepada siapa informasi tersebut dibagikan, kapan dan bagaimana informasi tersebut dibagikan (Monezka *et al*, 1998).
- 5) *Postponement* (Penundaan) didefinisikan sebagai praktik-praktik pembuatan, penyediaan, bahan, dan pengiriman dalam rantai pasokan yang memungkinkan perusahaan untuk lebih fleksibel dalam mengembangkan variasi produk yang berbeda untuk memenuhi perubahan kebutuhan konsumen dan membedakan suatu produk untuk memodifikasi fungsi permintaan (Beamon, 1998)

b. Keunggulan kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai yang tidak dimiliki dan tidak dapat ditiru pesaing. Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan untuk menciptakan posisi yang unggul dibandingkan pesaingnya. Indikator keunggulan kompetitif diukur menggunakan Skala Likert 5 point, dimensi ini diadopsi dari penelitian yang dilakukan (Li *et al*, 2006) yang meliputi:

- 1) Harga, di mana perusahaan memberikan harga yang kompetitif atau lebih rendah dari pesaing.
- 2) Kualitas merupakan hal utama dalam perusahaan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Perusahaan menawarkan produk yang berkualitas agar pelanggan meningkat dan loyal.
- 3) *Delivery dependability* saling ketergantungan antar partner dalam manajemen rantai pasokan akan menguatkan pengiriman produk dari hulu hingga hilir. *Delivery dependability* juga akan menyebabkan hubungan jangka panjang kepada pemasok.
- 4) Produk inovatif menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan suatu perusahaan. Perusahaan harus melakukan inovasi produk seiring dengan

kebutuhan pelanggan dan menyediakan produk dengan keunggulan baru dibandingkan pesaing.

- 5) *Time to market* adalah sejauh mana perusahaan mampu meluncurkan dan memperkenalkan produk baru yang lebih cepat dari pesaingnya dan mengembangkan produk baru sehingga mampu merebut pangsa pasar terlebih dahulu bahkan mampu memimpin pasar dan menghasilkan laba yang lebih tinggi.

c. Kinerja Perusahaan

Bastian (2001) dalam Suharto dan Devie (2013) mengungkapkan bahwa kinerja perusahaan adalah tingkat pencapaian pelaksanaan tugas dalam suatu organisasi, dalam upaya mewujudkan sasaran, tujuan, misi, dan visi organisasi tersebut. Skala Likert 5 point digunakan untuk melihat kinerja perusahaan dibandingkan kinerja rata-rata industry. Indikator variabel kinerja perusahaan yaitu (Suharto dan Devie 2013) :

- 1) Kinerja keuangan/pasar adalah kinerja perusahaan yang berbasis pada hasil penjualan, target marginal, pertumbuhan penjualan, target biaya produksi dan tingkat produktivitas perusahaan.
- 2) Kinerja operasional adalah kinerja perusahaan dalam menguasai pangsa pasar, melakukan peluncuran produk baru, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

6. Uji Kualitas Instrumen dan Data

a. Uji Validitas

Validitas adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Sugiyono, 2007). Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur suatu konsep (Tjahjono, 2015). Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila

signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid, Sekaran (2006).

b. Uji Reliabilitas

Data yang reliabel dalam instrument penelitian berarti data tersebut dapat dipercaya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban seorang responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner, maka data tersebut reliabel, sedangkan jika jawaban seorang responden acak maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak reliabel, Ghozali (2006). Untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah dengan nilai *Cronbach Alpha*, jika semakin tinggi mendekati angka 1 maka semakin tinggi nilai konsistensi internal reliabilitasnya. Jika nilai *Cronbach Alpha* diatas $\geq 0,6$ maka reliabilitas diterima, Sekaran (2006).

c. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi sederhana dan berganda maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik.

- 1) Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ghozali (2013). Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak digunakan uji *Kolmogorof Smirnov test*. Apabila nilai *Kolmogorof Smirnov Z* mendekati 1 dengan Signifikansi asimetris lebih besar dari 0,05 berarti data berdistribusi normal dan sebaliknya apabila nilai *Kolmogorof Smirnov Z* mendekati 0 dengan Signifikansi asimetris lebih kecil dari 0,05 berarti distribusi data tidak normal.
- 2) Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara serangkaian observasi yang menurut waktu (*time series*) atau secara silang ruang (*cross sectional*). Hal ini mempunyai arti bahwa hasil yang dicapai dipengaruhi oleh waktu dan tempat observasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, Santoso (2002) dalam Pasaribu, (2008). Di mana hasil

pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin Watson. Kriteria yang digunakan apabila terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

- 3) Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas bermacam-macam diantaranya dengan menggunakan uji *park* (Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan nilai logaritma residual variabel-variabel independen. Jika variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, maka indikasi terjadi heteroskedastisitas atau sebaliknya. Kriteria pengujian ini jika signifikansi dari variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Uji Hipotesis dan Analisis Data

- a. Untuk Menguji Hipotesis 1 dan 3 Digunakan Bentuk Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif dengan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen. Kriteria pengujian adalah hipotesis diterima apabila signifikansi < 0.05 . Persamaan regresi dapat dituliskan menurut Alni, dkk (2013) dalam bukunya, sebagai berikut :

$$Y = a + bX + bZ + e$$

Keterangan :

- Y = Kinerja Perusahaan
- a = Konstanta
- X = Manajemen Rantai Pasokan
- Z = Keunggulan Kompetitif
- b = Koefisien Regresi
- e = Error

- b. Untuk Menguji Hipotesis 2 Digunakan Bentuk Persamaan Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis linier sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel independen (variabel X), berdasarkan nilai variabel dependen (variabel Z) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan variabel bebas. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara variabel X dengan variabel Y dilakukan dengan rumus regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut:

$$Z = a + bX + e$$

(Sumber : Sugiyono, 2009)

Keterangan :

- Z = Keunggulan kompetitif
- X = Manajemen rantai pasokan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- e = Error

c. Untuk Menguji Hipotesis 4 Digunakan Metode *Path analysis*

Untuk melihat pengaruh tidak langsung manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan melalui keunggulan kompetitif maka digunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur adalah perluasan dari analisis regresi linear berganda atau penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan berdasarkan teori (Ghozali, 2011).

Pada formula, variabel Manajemen Rantai Pasokan (X) merupakan variabel independen, Keunggulan Kompetitif (Z) merupakan variabel intervening dan variabel Kinerja Perusahaan (Y) merupakan variabel dependen.

Pengaruh langsung X ke Y = P_1

Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y = $P_2 \times P_3$

Keterangan :

P_1 = Koefisien pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan

P_2 = Koefisien pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap keunggulan kompetitif

P_3 = Koefisien pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan

Jika hasil pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka keunggulan kompetitif berperan sebagai mediasi dalam pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan dan sebaliknya.

d. Uji Statistik F

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif sebagai variabel independen (bebas) terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen (terikat) secara simultan. Melalui uji F kita akan memperoleh F hitung dan kemudian akan membandingkan dengan F tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% dimana ketentuannya apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti ada pengaruh signifikan secara bersama-sama dari manajemen rantai pasokan dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja perusahaan.

e. Uji Statistik t (t-test)

Uji statistic t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh antara manajemen rantai pasokan sebagai variabel independen secara parsial terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen, serta variabel keunggulan kompetitif sebagai variabel independen terhadap kinerja perusahaan sebagai variabel dependen secara parsial. Melalui perhitungan dengan t-statistik akan diperoleh nilai t hitung masing- masing variabel bebas untuk dibandingkan dengan nilai t tabel pada taraf nyata (*level of significant*) 5% di mana ketentuan pengujian adalah:

- a. Jika nilai t hitung $> t_{table}$ atau p value $< \alpha$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain variabel independent berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen, sebaliknya
- b. Jika t hitung $< t_{table}$ atau p value $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan kata lain variabel independen tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengelola atau pemilik di seluruh UKM di Kabupaten Bantul yang telah terdaftar dalam Direktori Database UKM Daerah Istimewa Yogyakarta 2014 (BPS Yogyakarta, 2014). Responden yang terdaftar sebanyak 85, tetapi peneliti hanya dapat menyebarkan 67 kuesioner, sedangkan 18 kuesioner tidak tersebar. Kuesioner tidak tersebar dengan rincian sejumlah 8 kuesioner tidak tersebar dikarenakan responden sedang berada di luar kota, 3 kuesioner karena usaha pindah lokasi dan 7 kuesioner tidak tersebar karena alamat tidak ditemukan.

a. Jabatan Responden

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jabatan responden yang dijelaskan pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan Responden

Karakteristik	Keterangan	Total Responden	Prosentase
Jabatan Responden	Pengelola	2	2,99 %
	Pemilik dan Pengelola	65	97,01 %
Total		67	100%

Dari tabel 1 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan jabatan responden adalah pemilik dan pengelola yaitu berjumlah 65 orang atau 97,01% dan sisanya sebagai pengelola berjumlah 2 orang atau 2,99%

b. Lama Usaha

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan lama usaha yang dijelaskan pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Karakteristik	Keterangan	Total Responden	Prosentase
Lama Usaha	0-5 tahun	11	16,42%
	5,1-10 tahun	27	40,30%
	>10 tahun	29	43,28%

Dari tabel 2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan lama usaha >10 tahun yaitu berjumlah 43,28% atau 29 responden menyebutkan lama

usahnya lebih dari 10 tahun. UKM yang memiliki lama usaha 0-5 tahun berjumlah 11 atau 16,24% dan 5,1-10 tahun sejumlah 27 atau 40,30%

c. Jumlah Karyawan

Hasil dari penyebaran kuesioner diperoleh data karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan yang dijelaskan pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Kateristik	Keterangan	Total Responden	Prosentase
Jumlah Karyawan	0-5 orang	33	49,26%
	5-10 orang	21	31,34%
	>10 orang	13	19,40%
Total		67	100%

Dari tabel 3 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyebutkan jumlah karyawan 1 - 5 orang yaitu berjumlah 49,26% atau 65 UKM memiliki karyawan 1-5 orang. Sedangkan UKM dengan jumlah karyawan 5-10 orang sejumlah 21 atau 31,34% dan UKM dengan jumlah karyawan lebih dari 10 orang adalah 13 atau 19,40%.

2. Hasil Uji Kualitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menunjukan sejauh mana suatu alat ukur tepat mengukur obyek yang diteliti. Valid atau tidaknya suatu instrumen dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment person* dengan level signifikansi 5%. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%), maka dinyatakan valid dan sebaliknya apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka dinyatakan tidak valid.

a. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut valid, karena nilai signifikansi $p < 0,05$. Artinya semua item pertanyaan tersebut baik untuk mengukur variabel manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan data bahwa 3 variabel dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* diatas $\geq 0,6$. Artinya variabel manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif dan kinerja perusahaan mempunyai konsistensi skor yang bagus untuk tiap item pertanyaan dalam setiap variabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normalitas data diuji dengan menggunakan *One-sample Kolmogorov-Smirnov* dan residual berdistribusi normal apabila tingkat signifikannya menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05. Uji normalitas ini disajikan pada tabel 4 berikut ini :

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Kesimpulan
Asymp. Sig. (2-tailed)	.216	Data Normal

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2tailed) berada di atas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda telah berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari tingkat signifikansi antara nilai log residual yang dikuadratkan dengan variabel independen. Jika hasilnya tidak signifikan atau nilai sig > alpha maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada tabel 5:

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Kesimpulan
1 Manajemen Rantai Pasokan	.904	Non Heteroskedastisitas
Keunggulan Kompetitif	.408	Non Heteroskedastisitas
Dependent Variabel : LNRES		

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Park pada tabel 5 menunjukkan bahwa tidak adanya heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Uji Durbin Watson. Hasil uji autokorelasi disajikan pada tabel 6 ini :

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

Model	DW	dU	4-dU	Keterangan
1	1.696	1.666	2.334	Tidak terdapat masalah autokorelasi
Variabel Prediktor: KK (Z), MRP (X)				
Dependen Variabel: KP (Y)				

Model regresi tidak mengalami autokorelasi jika DW berada diantara dU dan (4-dU). Dari tabel 6 diketahui besarnya nilai Durbin-Watson adalah 1,696 yang berarti lebih besar dari batasan 1,666 dan kurang dari $4 - 1.666$ (4-dU). Dari hasil olah data pada tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa model regresi telah lolos atau tidak mengalami autokorelasi.

Pembahasan

a. Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis pertama adalah “Manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan”. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel manajemen rantai pasokan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi manajemen rantai pasokan maka meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel manajemen rantai pasokan penting untuk dipertimbangkan UKM dalam meningkatkan kinerja perusahaannya baik secara financial maupun operasional. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Lisda Rahmasari (2011) yang menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi kesimpulannya hipotesis tersebut **terbukti**.

Manajemen rantai pasokan adalah koordinasi dari keseluruhan kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku dan diakhiri dengan pelanggan yang puas.

Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, perusahaan distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk atau jasa ke konsumen akhir (Heizer dan Render, 2015).

UKM di kabupaten Bantul telah menerapkan manajemen rantai pasokan dalam menjaga hubungan terhadap pemasok dengan baik yang dapat meningkatkan kinerjanya pada pencapaian biaya dan tingkat produksi yang telah ditargetkan. UKM di Kabupaten Bantul menerapkan manajemen rantai pasokan dalam mengutamakan pada kepuasan pelanggan dan mencari tahu apa yang diinginkan pelanggan sehingga UKM dapat mencapai kinerja perusahaan dalam memberikan produk yang sesuai persepsi pelanggan dan mampu mencakup seluruh lingkup pasar. Hasil penelitian ini sesuai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lisda Rahmasari (2011), Li *et al* (2006), dan (Regina dan Devie, 2013) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

b. Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Terhadap Keunggulan Kompetitif

Hipotesis kedua adalah “Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif”. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel manajemen rantai pasokan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Jadi semakin baik penerapan manajemen rantai pasokan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif. UKM di Kabupaten Bantul menerapkan manajemen rantai pasokan dengan menjaga hubungan yang baik terhadap pemasok akan memperkuat daya tawar menawar dan memperoleh bahan produksi yang lebih murah dan dapat menghasilkan produk yang lebih murah dan kompetitif dibandingkan pesaing sehingga meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

UKM melakukan manajemen rantai pasokan dalam memproduksi barang dengan sistem modular atau dapat dirakit ke dalam beberapa variasi produk sehingga dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memenuhi perubahan produk sesuai keinginan pelanggan dan dapat memenuhi permintaan pelanggan mengenai fitur baru. Pengelolaan manajemen rantai pasokan yang baik dengan menjaga hubungan pemasok dapat meningkatkan distribusi barang atau jasa dengan

tepat waktu dan kualitas tetap terjaga. Apabila terjadi kesalahan dalam sharing informasi dan pendistribusian barang atau jasa akan membuat kualitas barang dan jasa menurun dan berakibat keunggulan kompetitif menurun.

Sehingga penerapan manajemen rantai pasokan sangat berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. Jadi semakin tinggi manajemen rantai pasokan maka meningkatkan keunggulan kompetitif UKM. Hasil penelitian ini sesuai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lisda Rahmasari (2011), Li *et al* (2006), dan (Regina dan Devie, 2013) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Jadi kesimpulannya hipotesis kedua **terbukti**.

c. Pengaruh Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Perusahaan

Hipotesis ketiga adalah “Keunggulan kompetitif memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan”. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa variabel keunggulan kompetitif mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Jadi semakin tinggi keunggulan kompetitif maka meningkatkan kinerja perusahaannya. Oleh karena pengaruhnya signifikan, maka variabel keunggulan kompetitif penting untuk ditingkatkan dan dipertahankan agar dapat menguasai pasar dan meningkatkan kinerja perusahaannya.

UKM perlu memperhatikan kualitas dan harga produk atau jasa agar sesuai dengan persepsi pelanggan dan dapat mencapai target penjualan dan labanya sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat. UKM menyediakan produk sesuai pesanan dan dapat mengubah penawaran sesuai keinginan klien untuk meningkatkan kinerja perusahaannya agar mampu memberikan produk atau jasa sesuai persepsi pelanggan.

Sehingga dengan meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan dapat mencapai tingkat penjualan, laba, produksi dan biayanya. Jadi semakin tinggi keunggulan kompetitif maka meningkatkan kinerja UKM. Hasil penelitian ini sesuai penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lisda Rahmasari (2011), Li *et al* (2006), dan (Regina dan Devie, 2013) yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Jadi kesimpulannya hipotesis ketiga **terbukti**.

d. Keunggulan Kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan

Hipotesis keempat adalah “Keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan”. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan uji sobel menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul. Dengan demikian hipotesis keempat **terbukti dan diterima**. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil daripada pengaruh langsung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Yongky (2015) dan *Li et al* (2006) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan. Yongky (2015) menyimpulkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki pengaruh lebih besar terhadap kinerja perusahaan apabila melalui keunggulan kompetitif pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur. Hasil dari penelitian yang menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar didukung dengan pemahaman manajer pada perusahaan manufaktur di Jawa Timur mengenai penerapan manajemen rantai pasokan yang berpedoman pada peningkatan keunggulan kompetitif.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Hal ini disebabkan karena UKM memberikan harga yang netral atau sama dengan pesaing, kualitas yang sama dan kebanyakan UKM memperkenalkan produk baru dengan waktu yang sama, sehingga pengaruh melalui mediasi lebih kecil daripada pengaruh langsung.

UKM di kabupaten Bantul lebih mengutamakan penerapan manajemen rantai pasokan dalam hal menjalin hubungan terhadap pemasok, mengutamakan kepuasan pelanggan, berbagi informasi pada pemasok yang mampu meningkatkan kinerja perusahaannya baik dalam segi kinerja pasar maupun operasional.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul, sehingga hipotesis satu terbukti dan diterima.
2. Manajemen rantai pasokan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif pada UKM di Kabupaten Bantul, sehingga hipotesis dua terbukti dan diterima.
3. Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada UKM di Kabupaten Bantul, sehingga hipotesis tiga terbukti dan diterima.
4. Keunggulan kompetitif mampu memediasi dalam pengaruh praktek manajemen rantai pasokan terhadap kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul, sehingga hipotesis empat terbukti dan diterima.

Saran

1. UKM di Kabupaten Bantul perlu meningkatkan manajemen rantai pasokan dalam hal berbagi informasi mengenai kondisi keuangan dengan mitra usaha agar mitra usaha dapat membantu dalam bentuk pemikiran atau fisik hingga masalah terselesaikan.
2. UKM perlu meningkatkan kinerja perusahaan dengan selalu memperkenalkan produk baru.
3. UKM di Kabupaten Bantul disarankan untuk meningkatkan manajemen rantai pasokan yang berpedoman pada peningkatan kinerja perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi manajemen rantai pasokan, keunggulan kompetitif maupun kinerja perusahaan pada UKM di Kabupaten Bantul.

2. Penelitian ini melibatkan subyek penelitian dalam jumlah 67 dari total 85 UKM di Kabupaten Bantul yang telah terdaftar. Sehingga belum menjangkau populasi dari semua ukm yang terdaftar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anatan, L, 2010, Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen rantai pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif, *Karisma* , Vol 4. No. 2
- Arikunto, S, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta, PT. Rineka Cipta
- Balsmeier PW, Voisin W, 1996, Supply Chain Management: a time based strategy, *Industria; Management*, Vol. 38 No. 5
- Barney, J.B., dan Hesterley, W. S. (2008), *Strategic management and competitive advantage*, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Beamon BM, 1998, Supply Chain Design and Analysis: Model and Methods, *International Journal of Production Economics*, Vol. 55, No. 33
- Childhouse P, Towill DR, 2003, Simplified Material Flow holds The Key to Supplychain Integration, *OMEGA*, Vol. 31, No. 1
- Chopra, S dan Meindl, P. (2011), *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operations*, 3rd ed. New Jersey: Pearson Education.
- Claycomb C, Droge C, Germain R, 1999, The Effect of Just In Time with Customers on Orgazationa; Design and Performance, *International Journal of Logistics Management*, Vol 10. No. 1
- Cooper, Robert G, 2000, Product Inovation and Technology Strategy, *Journal Research Technology Manangement*
- Fawcet, S. dan G.Magnan (2001) *Achieving World Class Supply Chain Alignments: Benefits, Barriers, and Bridge*. Center for AdvancedPurchasing Studies-Caps.
- Fenies. P., M Gourgand, dan N. Tchernev (2004), "A Framework for Supply Chain Performance Evaluation," *Congresso Internacional de Pesquisa emLogistica*
- Ghozali, I. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, ed 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal, S.K dan Cardenas-Barron, L.E 2001. Note on : An Optimal Batch Size for a Production System Operating Under a Just In Time Deivery System, *International Journal of Production Economics*
- Gunasekaran A, Patel C, Tirtiroglue, 2001, Performance Measure and Metrics in a Supply Chain Environment, *International Journal of Operations and Production Management*, 21 (1/2)
- Heizer, Jay dan Barry Render, 2015, *Manajemen Operasi- Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Jakarta : Salemba Empat
- Heizer, Jay dan Barry Render, 2008, *Operations Management-Manajemen Operasi*. Edisi 9 Buku 1. Jakarta : Salemba Empat
- Indrajit R.E dan Djokopranoto.2002, *Konsep Manajemen Supply chain*.Grasindo. Jakarta

- Indrajit R.E dan Djokopranoto, 2005, *Strategi Manajemen Pembelian dan Supply chain*, Grasindo. Jakarta
- Jarell J, Lubic, 1998, Supply Chain Economics, *World Trade*, Vol 11, No 11 pp 58-61
- Johnshom Me, Davis T, 1998, Improving Supplychain Performance by using Order Fulfillment Metrics, *National Productivity Review*, Vol. 3, No. 3
- Kurien, G.P, dan Qureshi, M.N, 2011, Study of performance measurements practices in manajemen rantai pasokan, *International Journal of Business, Management and Social Sciences*, Vol 2, No 4
- Lalonde BJ, Building a Supplychain Relationship, 1998, *Supply Chain Management Review*, Vol.2, No. 2
- Lee Hl, Billington c, The Evolution of Supply Chain Management Models and practices at Hewlett Packard, *Interface*, Vol. 25, No.5
- Levi, David Simchi, Philip Kaminsky, dan Edith Simchi Levi, 2000, *Designing and Managing The Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*, Singapore, Mac Grawhill.
- Li, S., Nathan, B.R dan Rao, S.S. 2004 , The impact of manajemen rantai pasokan practices on competitive advantage and organizational performance, *Omega The International Journal of Management Science*” No 34
- Moncka RM, Morgan J, 1997, What’s Wrong with Supply Chain Management?, *Purchasing*, Vol. 122, No. 1
- Monczka RM, Petersen KJ, Handfield RB, Ragatz GL, 1998, Succes Factor In Strategic Supplier Alliances: The Buying Company Perspective, *Decision Sciences*, Vol.29 No. 3
- Naylor Jb, Naim Mm, Berry D, 1999, Legality: Integrating The Lean and Agile Manufacturing Paradigms in The Total Supply Chain, *International Journal of production Economics*, Vol. 62, No. 1.2
- Noble D, 1997, Purchasing and Supplier Managemenr as a Future Competitive, *Logistic Focus*, Vol. 5 No. 5
- Pagh JD, Cooper McC, 1998, Supply Chain Postponement and Speculation Strategies: How to Choose The Right Strategy, *Journal of Logistics Management*, Vol 19, No. 2
- Porter, M.E., (1993). *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Erlangga, Jakarta.
- Pramana, Y.K., 2015, Analisa Pengaruh Manajemen rantai pasokan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan Manufaktur di Jawa Timur, *Calyptra*, Vol 4.. No.2.
- Prasetyo, D. A. 2016, *Pengaruh Praktek Supply Chain Management Terhadap Kinerja Perusahaan yang Dimediasi Oleh Keunggulan Bersaing Pada UKM Kerajinan Sapu Rayung Mungkid Magelang*, Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “VETERAN”
- Rahmasari, L. , 2011, Pengaruh Supply Chain Management terhadap Kinerja Perusahaan dan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Industri Kreatif di Provinsi Jawa Tengah) *Jurnal Ilmiah Informatika*, Vol 2, No. 2
- Sekaran, U, 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Jilid 1, Edisi 4, Jakarta, Salemba Empat
- Simchi, D., 2003, *Designing and Managing The SupplyChain*, Mac Grawhill.

- Srimindarti, C. 2004, *Balanced Scorecard Sebagai Alternatif Untuk Mengukur Kinerja*. Fokus Ekonomi, Vol 3 No 1.
- Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta
- Suharto, R. dan Devie, 2013, Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kinerja Perusahaan, *Business Accounting Review*, Vol 1, No 2.
- Tan KC, Kannan VR, Handfield RB, 1998, Supplychain Management: Supplier Performance and Firm Performance, *International Journal of Purchasing and Materials Management*, Vol 34, No. 3
- Towill DR, The Seamless Chain: The Predator's Stratetgic Advantage, *International Journal of technology Management*, Vol. 31, No. 1
- Tjahjono, H.K. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. VSM MM UMY.
- Turner JR, 1993, Integrated Supply Chain Managemet: What's Wrong with This Pictue, *Industrial Engineering*, Vol. 25, No. 12
- Van Hoek RI, Commandeur HR, 1999, Restructuring European Supply Chain by Implementing Postponement Strategies, *Long Range Planning*, Vol. 32, No. 5
- www.harianjogja.com/baca/2015/12/19/umkm-bantul-ribuan-umkm-bisa-akses-modal-tanpa-agunan-672678 diakses pada 19 oktober 2016 10.45